

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORITIS**

#### **2.1 Pengertian dan Tujuan Dakwah**

Menurut Dr.M. Quraish Shihab pengertian dakwah yaitu seruan dan ajakan kepada keinsyafan atau usaha untuk merubah keadaan untuk menjadi lebih baik dan sempurna, baik kepada pribadi maupun lingkungan sekitar. Perwujudan dakwah bukan hanya usaha untuk meningkatkan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang akan lebih luas. Apalagi pada masa saat ini, harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.

Amrullah Ahmad menjelaskan pada hakikatnya, dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada tataran kenyataan individual dan sosial-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.

Prof.H.M.Arifin,M.Ed menjelaskan yang dimaksud dengan dakwah adalah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagaimana yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul didalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan. Penjelasan lain juga dipaparkan oleh Ibnu Taimiyah dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan menaati apa yang telah diberitakan oleh rasul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihat-Nya.

Dengan adanya dakwah di dunia ini pastinya ingin memberikan petunjuk maupun nasehat kepada sesama untuk saling mengingatkan dalam hal kebaikan, begitu pula bagi orang-orang yang memberikan nasihat adalah

mereka yang mempunyai ilmu dan pengetahuan lebih banyak sehingga yang disampaikan sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Dalam istilah lain tujuan dakwah yaitu terwujudnya kesejahteraan hidup di dunia maupun akhirat dengan ridho ALLAH SWT.

Adapun mengenai tujuan dakwah yang harus dicapai, bisa ditemukan dalam Al-Quran melalui surah yusuf ayat 108, yang bunyinya bermakna:

*“katakanlah, inilah jalan (agama-Ku), aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak kamu kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Maha suci Allah, dan aku tidak termasuk orang-orang yang musyrik”*

Dari ayat tersebut jelas sekali bahwa tujuan dakwah tiada lain dan tiada bukan adalah untuk membuat orang-orang yakin akan kebenaran jalan Allah SWT, sehingga dia menjadikannya sebagai jalan agama-Nya dan harus mereka sebarkan bagi kehidupan orang lain dengan cara menerangkan, menjelaskan, dan mengajaknya, agar tidak tergolong pada orang-orang musyrik. Jamaluddin Kafie membagi tujuan dakwah menjadi tujuan hakiki, tujuan umum, tujuan khusus, tujuan urgen, dan tujuan insidental, dengan menjelaskan sebagai berikut:

- 1) Secara hakiki, dakwah bertujuan untuk membentuk akhlak masyarakat, negara, dan umat manusia seluruhnya melalui pengenalan terhadap Tuhan dan mempercayai sekaligus mengikuti jalan petunjuk-Nya.
- 2) Secara umum, dakwah bertujuan untuk menyeru manusia agar mempercayai seruan Allah dan Rasul-Nya, serta mematuhi panggilannya-Nya, di dunia maupun di akhirat.
- 3) Secara khusus, dakwah berusaha membentuk satu tatanan masyarakat Islam yang utuh, atau mungkin kita sebut sebagai masyarakat Islam yang madani.
- 4) Secara urgent. Dakwah merupakan upaya pembentukan tingkah laku manusia yang berakhlak Islami, yang bisa mempengaruhi pola pikirnya serta bisa bercermin dalam fakta hidup dan juga lingkungannya.
- 5) Secara insidental dakwah berusaha meringankan beban manusia dengan memberikan solusi-solusi permasalahan yang terus berkembang, atau

memberi jawaban atas berbagai persoalan yang dihadapi oleh setiap antar manusia di setiap dan waktu.

Dengan berbagai macam tujuan perlu diperhatikan mengenai tujuan khusus dalam dakwah yang merupakan perumusan dari penjabaran tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan dan proses dakwah jelas diketahui ke arah mana jenis kegiatannya, apa yang akan dikerjakan, dengan cara apa, siapa da'i dan mad'unya serta menggunakan cara apa dalam berdakwah. Sehingga tidak terjadi banyak pemahaman antar juru dakwah yang satu dengan lainnya hanya karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai. Maka agar usaha atau aktivitas dakwah dalam setiap bidang kehidupan bisa lebih efektif, maka dari itu perlunya diterapkan rumusan nilai atau hasil apa yang harus dicapai oleh aktivitas dakwah pada masing-masing aspek tersebut.

Tujuan khusus dakwah sebagai terjemahan dari tujuan umum dakwah dapat disebutkan antara lain sebagai berikut: Mengajak umat manusia yang telah memeluk agama islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah, Membina mental agama Islam bagi kaum yang masih muallaf, karena penanganan terhadap masyarakat yang masih mu'allaf akan jauh berbeda dengan kaum yang sudah beriman kepada Allah SWT, Mengajak manusia agar beriman kepada Allah dan memeluk agama Islam, dan mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahNya, sebab anak-anak adalah penerus generasi bangsa jadi, harus ditingkatkan iman dan ketaqwaannya sejak dini.

Hadirnya berbagai akun dakwah di media sosial dapat meningkatkan kualitas keimanan dan kebaikan seseorang baik kepada Sang Pencipta maupun kepada sesama manusia. Salah satu akun yang sering digunakan yaitu instagram, yang mana setiap postingan dari berbagai akun dakwah tersebut menjadi sumber ilmu agar hidup semakin baik kedepannya. Melalui akun tersebut beberapa komunitas Islam menjadikan dakwah sebagai media informasi agar mencapai target dan tujuan. Beberapa target yang ingin dicapai kebanyakan adalah generasi muda yang masih dangkal ilmu agama

sehingga mereka tidak bingung dan bisa mendapatkan ilmu Agama meskipun dunia semakin berkembang.

Dalam penerapan tujuan harus memperhatikan dan mempertimbangkan jalan pikiran khalayak atau juga disebut dengan hierarki efek, yang mana terdiri dari 5 bagian sebagai berikut: Awareness (mengetahui/menyadari) yaitu tahapan dimana khalayak sasaran (dalam konteks dakwah, tentunya *mad'u*) bisa mengenal dan mengingat gagasan atau ide (pesan atau materi dakwah) yang disodorkan kepadanya, Interest (perhatian/minat) ialah tahap dimana terjadi peningkatan keinginan khalayak (*mad'u*) untuk mempelajari keistimewaan hal yang penting bagi mereka berupa materi atau pesan dakwa yang ditawarkan, Evaluation (penilaian), yakni tahap penilaian khalayak (*mad'u*) materi atau pesan dakwah yang disampaikan kepadanya itu, sesuai dengan harapan dan kepentingannya, Trial (percobaan), yaitu tahap dimana timbul kesungguhan khalayak (*mad'u*) untuk mencoba menerapkan dan menggunakan pesan atau materi dakwah yang ditawarkan, Dan Adoption (pengadopsian) ialah tahap dimana khalayak (*mad'u*) merasakan perlunya menggunakan serta menerima pesan atau materi dakwah yang disampaikan kepadanya itu, setelah memperoleh banyak pengalaman yang menyenangkan dan mengesankan pada tahap percobaan tersebut.

Secara umum dakwah dikategorikan ke dalam 3 macam yaitu *dakwah bi Al-lisan*, *dakwah bi Al-Hal* dan *dakwah bi Al-qalam*, yang mana ketiga kategori ini mempunyai cara yang berbeda yang dijabarkan sebagai berikut:

1) *Dakwah bi Al-lisan*

*Dakwah bi Al-lisan* yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain biasanya dengan khutbah, cermah-ceramah, diskusi, nasihat dll. Metode ceramah ini sering digunakan oleh para guru dakwah, baik ceramah dimajelis taklim, khutbah jumat di masjid-masjid, ceramah pengajian, bahkan dakwah melalui media sosial. Dari aspek jumlah dakwah melalui lisan ini sudah cukup banyak dilakukan oleh para juru dakwah di tengah-tengah masyarakat yang semakin moderen.

## 2) *Dakwah bi Al-Hal*

*Dakwah bi Al-Hal* adalah dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret dan berkelanjutan oleh masyarakat sebagai objek dakwah.

*Dakwah bi Al-Hal* sering dilakukan oleh Rasulullah, terbukti bahwa ketika pertama kali tiba dimadinah yang dilakukan Nabi adalah membangun masjid Al-Quba, mempersatukan kaum Anshar dan Muhajirin. Kedua hal ini adalah dakwah nyata yang dilakukan oleh Nabi yang bisa dikatakan sebagai *dakwah bi Al-Hal*.

## 3) *Dakwah bi Al-Qalam*

*Dakwah bi Al-qalam* yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai *dakwah bi Al-qalam* ini lebih luas daripada melalui media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan dimana saja mad'u atau objek dakwah dapat menikmati sajian *dakwah bi Al-qalam* ini.

## 2.2 Komunikasi Dakwah

Menurut Everett M Rogers seorang pakar Sosiologi menjelaskan bahwa Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka sedangkan Rogers bersama D. Lawrence Kincaid juga menjelaskan bahwa Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tidak pada saling pengertian yang mendalam.

Raymond S. Ross menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau *respons* dari pikirannya yang serupa dengan yang dengan komunikator. Dari beberapa penjelasan mengenai pengertian komunikasi dapat ditarik kesimpulan bahwa

cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: “*who says what in which channel to whom with what effect*” atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana dan pengertian ini dijelaskan oleh Harold Lasswell. Berdasarkan pengertian dari Lasswell dapat diturunkan bahwa komunikasi terbagi menjadi beberapa unsur yang saling ketergantungan satu sama lain, yaitu:

- 1) Sumber, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa saja terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, lembaga, maupun organisasi. Sumber juga disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.
- 2) Pesan, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propoganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *messege*, *content* atau *information*.
- 3) Media, media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.
- 4) Penerima, penerima adalah pihak yang menjadi sasaran yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa juga dalam bentuk kelompok. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada pesan,



sumber atau bahkan saluran. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran atau dalam istilah bahasa inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat adanya sumber, tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

- 5) Pengaruh, pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, atau dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.
- 6) Tanggapan balik, ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti ini menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.
- 7) Lingkungan, lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalanya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. Setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan tujuh unsur ini saling mempunyai keterkaitan satu sama lainnya. artinya, ketika ada satu unsur nya tidak ada maka akan berpengaruh terhadap jalanya komunikasi.

Komunikasi tidak hanya memiliki beberapa unsur yang saling ketergantungan namun ada beberapa faktor terpenting lainnya yang perlu diperhatikan dalam karakteristik komunikator adalah daya tarik khusus dan kredibilitas. Biasanya setiap komunikator memiliki daya tarik tersendiri, terutama bagi mereka seorang ustadz yang akan berdakwah. Daya tarik

tersebut biasanya dalam bentuk fisik, karakter, metode pemaparan pesan dan intonasi. Hal lain yang menjadi pertimbangan ketika berkomunikasi adalah gaya komunikator atau bagaimana cara seseorang menyampaikan sesuatu, menurut Robert Norton sedikitnya ada sembilan gaya komunikator yang menonjol, yakni: *Dominant*, menguasai dan mengontrol komunikasi. *Dramatic*, melebih-lebihkan dalam penyampaian informasi. *Contentious*, suka mendebat dan berargumentasi dalam berkomunikasi. *Animated*, menyenangkan dalam berkomunikasi. *Impression-leaving*, selalu meninggalkan kesan dalam berkomunikasi. *Relaxed*, sikap lembut dan tenang dalam berkomunikasi. *Attentive*, seksama dan berhati-hati dalam berkomunikasi. *Opened*, terbuka terhadap informasi yang bersifat pribadi. *Friendly*, memberikan umpan balik kepada lawan bicara.

Dari berbagai pengertian dan penjelasan dari beberapa para ahli mengenai pengertian dakwah dan komunikasi dapat disimpulkan bahwa dakwah komunikasi ialah proses bagaimana menyampaikan informasi atau pesan dari seseorang ataupun sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun non-verbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran islam, baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Adapun tujuan komunikasi dakwah secara khusus dapat dibedakan menjadi beberapa segi yang terbagi sebagai berikut: Segi Mitra Dakwah, beberapa tujuan yang dibahas dalam segi mitra dakwah, yaitu tujuan perorangan yang membentuk pribadi muslim dengan iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah SWT dan berakhlak mulia, kemudian membentuk keluarga bahagia, penuh ketentraman, dan cinta kasih antara anggota dikategorikan dalam tujuan keluarga, serta membentuk masyarakat sejahtera dengan suasana keislaman, dan bagi seluruh umat manusia adalah menciptakan kedamaian dan ketenangan, keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi, saling tolong menolong antar sesama. Dan Segi Pesan, pesan yang disampaikan dalam tujuan dakwah ialah membentuk tujuan akidah,



yaitu dapat memantapkan hati dan pikiran manusia sehingga keyakinan tentang ajaran Islam tidak dicampuri dengan keraguan. Dalam aspek tujuan hukum, agar pesan dapat membentuk kepribadian seseorang dengan sifat yang terpuji.

Jalaluddin Rakhmat mengungkapkan tujuan umum dakwah dalam konteks komunikasi, agar menambah pengetahuan pendengar (Informatif), dapat mempengaruhi (persuasif) seseorang dengan mempercayai sesuatu, melakukannya, dan antusiasme yang tinggi, dan mampu menghibur (rekreatif) seseorang dengan bahasa yang enteng, segar, mudah dicerna, sebab perhatian, humor, dan kesenangan adalah reaksi pendengar yang diinginkan.

Tujuan dakwah pada intinya adalah ingin merubah pola pikir seseorang untuk menjadi lebih baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat nantinya. Penggunaan media sosial di instagram akan semakin efektif jika digunakan sebaik mungkin dengan penggunaan metode yang sudah dipaparkan di atas. Dengan demikian, maka tujuan dari dakwah akan tersampaikan dan mengenai sasaran dari dakwah tersebut. Secara umum, tujuan dakwah di Instagram adalah menciptakan kedamaian, ketenangan, yaitu tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi namun secara khusus, tujuan adanya dakwah di Instagram adalah membentuk pribadi muslim dengan mematuhi aturan-aturan Allah SWT dan mengamalnya. Contohnya, yaitu akun @malang.mengaji yang selalu memberikan konten-konten keagamaan yang berhubungan dengan keduniaan maupun akhirat dalam setiap postingannya

### **2.3 Akhlak**

Secara etimologi, akhlak diartikan dengan berbagai macam artian seperti adat kebiasaan, budi pekerti maupun tabiat, dalam bahasa sehari-hari bisa juga dijelaskan bahwa akhlak sama artinya dengan etika atau moral, yaitu persoalan mengenai baik dan buruknya perilaku seseorang. Namun seringkali akhlak dengan etika atau moral mempunyai pengertian yang sama, sesungguhnya kata akhlak lebih luas cakupannya dibandingkan

dengan etika ataupun moral. Perilaku manusia terhadap lingkungannya bisa dikatakan Akhlak apabila tindakan tersebut sesuai dengan ajaran atau kehendak Allah berbeda dengan etika dan moral yang biasanya berpatokan dengan kesepakatan atau adat disetiap daerah masing-masing. Akhlak meliputi segi-segi kejiwaan dari tingkah laku seseorang, secara lahiriah dan batiniah, menurut sebagian besar ulama mengartikan bahwa pengertian akhlak adalah sebagai berikut:

- 1) Imam Al-Ghazali (1055-1111 M), Akhlak adalah hay'at atau sifat yang tertanam dalam jiwa seseorang yang daripadanya lahir perbuatan-perbuatan yang spontan tanpa memerlukan pertimbangan dan pemikiran. Maka jika sifat tersebut membuat suatu tindakan yang terpuji menurut ketentuan akal maupun norma agama, ia dinamakan akhlak yang baik, tetapi jika ia menimbulkan tindakan yang jahat, maka hal tersebut dinamakan akhlak yang buruk.
- 2) Ibnu Maskawaih, Keadaan jiwa seseorang yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa melakukan pertimbangan pikiran terlebih dahulu. Keadaan seperti ini biasanya terbagi menjadi 2 yaitu berasal dari dirinya sendiri adapula yang diperoleh dari kebiasaan yang berulang-ulang. Pada mulanya tindakan ini melalui pikiran dan juga pertimbangan, dan ketika dilakukan secara terus-menerus maka jadilah suatu bakat atau disebut juga akhlak.
- 3) Muhyiddin Ibnu Arabi (1165-1240), Keadaan jiwa seseorang yang mendorong manusia untuk berbuat tanpa melalui pertimbangan dan pilihannya terlebih dahulu. Keadaan tersebut pada seseorang boleh jadi merupakan tabiat atau bawaan, yang boleh jadi juga merupakan kebiasaan melalui latihan dan perjuangan.

Dapat disimpulkan bahwa Akhlak adalah suatu keadaan atau jiwa seseorang yang darinya melakukan perbuatan-perbuatan secara spontan maupun tidak, dipikirkan atau tidak, bahkan terkadang tanpa melalui pertimbangan dan penelitian namun sesuai dengan apa yang diperintahkan dan kehendak Allah SWT dan berasal dari kondisi mental yang tertanam dari diri seseorang. Namun ketika Akhlak dimaknai sebagai sesuatu keadaan

yang melekat pada jiwa seseorang, maka suatu perbuatan baru bisa dikatakan akhlak jika memenuhi syarat berikut: Pertama, perbuatan tersebut dilakukan secara berulang-ulang, artinya, jika perbuatan tersebut hanya dilakukan sekali tanpa berulang-ulang maka tidak bisa disebut akhlak. Kedua, perbuatan tersebut muncul dengan sangat mudah tanpa memikirkannya terlebih dahulu, sehingga sudah benar-benar merupakan suatu kebiasaan, artinya jika perbuatan tersebut dilakukan karena ada paksaan atau ada motif lain dibalik semua itu maka perbuatan tersebut tidak bisa dikatakan dengan akhlak.

Dorongan jiwa untuk melakukan suatu perbuatan, pada dasarnya bersumber dari kekuatan batin yang sudah dimiliki oleh pribadi masing-masing setiap manusia, di antara kekuatan batin tersebut terbagi menjadi tiga bagian, yang dijelaskan sebagai berikut: Tabiat (pembawaan), yaitu dorongan jiwa yang tidak dipengaruhi oleh lingkungan manusia, tetapi disebabkan oleh naluri dan faktor warisan sifat-sifat dari orang tua atau nenek moyang terdahulu. Dorongan tersebut dinamakan *al-khuluq al-fithriyah*. Akal pikiran, yaitu dorongan jiwa seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan manusia. Misalnya, setelah melihat, mendengar ataupun merasakan sesuatu. Faktor kejiwaan ini hanya dapat menilai sesuatu yang lahir dan tampak, hal ini dinamakan dengan *al-aqlu*. Hati nurani, yaitu dorongan dari jiwa seseorang yang hanya dipengaruhi oleh faktor intuitif (wijdan). Oleh karena itu, diri kita hanya dapat menilai hal-hal yang sifatnya abstrak (batin). Dorongan yang mendapatkan ketenangan atau ilham dari ALLAH SWT ini dinamakan dengan *bashirah*.

Persoalan mengenai tujuan Akhlak yaitu ingin mencari kebahagiaan, dan kebahagiaan merupakan salah satu tujuan dari perilaku manusia. Agama Islam sendiri memang akhlak mempunyai tujuan yaitu kebahagiaan, kebahagiaan yang dapat melindungi seseorang maupun umat. Dalam hal ini, kebahagiaan yang di maksud tidak hanya bersifat lahiriah, akan tetapi jauh melampaui hal tersebut yaitu tujuan kebahagiaan akhir yang kita sebut dengan kebahagiaan akhirat. Adapun kunci untuk mendapatkan kunci kebahagiaan yang kekal dan abadi adalah *mardhatillah* (ridha Allah).

Imam AL-Ghazali menjelaskan bahwa tujuan Akhlak ialah *sa'adah ukhrawiyah* (kebahagiaan akhir). Lebih lanjut, Al-ghazali juga menjelaskan bahwa kebahagiaan yang hakiki adalah kebahagiaan di akhirat kelak. Menurut beliau, bukan bahagia apabila tidak nyata dan tiruan, seperti kebahagiaan dunia yang hanya sementara dan tidak mengarahkan kepada kebahagiaan akhirat. Diantara manfaat besar dalam mempelajari ilmu akhlak dapat dijelaskan sebagai berikut: Peningkatan amal ibadah yang lebih khusuk dan lebih ikhlas, Peningkatan ilmu pengetahuan untuk meluruskan kehidupan dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat, Peningkatan kemampuan mengembangkan potensi diri, agar lebih mandiri dan berprestasi, Peningkatan kemampuan untuk bersosialisasi, melakukan silaturahmi dan membangun persaudaraan dengan sesama umat manusia dan sesama muslim, Peningkatan penghambatan jiwa kepada Allah yang menciptakan manusia beserta Alam dan isinya, perlu dipahami ialah kesadaran umat manusia bahwa dirinya sangat lemah dan tidak berdaya dihadapan Allah SWT yang sudah memberikan kekuatan dan kemampuan kepada manusia untuk bertindak, Peningkatan kepandaian bersyukur dan berterimakasih kepada Allah SWT atas segala nikmat dan rejeki yang sudah diberikan, dan Peningkatan strategi beramal shaleh, yang sudah dibangun atas dasar rasionalitas. Hal ini yang menjadi pembeda antara orang-orang yang berilmu dan mempunyai akhlak dengan orang-orang yang *taklid* sebab kebodohnya.

#### **2.4 Metode Dakwah**

Metode dakwah adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana cara berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya. Beberapa sumber pokok metode dakwah yang dijadikan sebagai pegangan para ustadz, alim ulama maupun komunitas islam antara lain: Al-Qur'an, As Sunnah, sejarah orang-orang shaleh dari kalangan sahabat, dan ahli ilmu, serta iman. Metode dakwah terbagi menjadi berbagai macam sesuai dalam pelaksanaan dakwahnya. Metode-metode tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Metode ceramah, Metode ceramah merupakan metode yang biasanya dilakukan dengan maksud untuk menjelaskan keterangan, petunjuk, pengertian, dan juga penjelasan tentang bagaimana sesuatu kepada seseorang dengan menggunakan lisan. Metode ceramah merupakan salah satu cara dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri-ciri karakteristik bicara oleh seorang ustadz pada suatu kegiatan dakwah. Metode ini mempunyai beberapa kekurangan namun ketika diimbangi dengan kepandaian khusus tentang retorika, berdiskusi, dan faktor-faktor lainnya yang membuat pendengar merasa simpatik dengan ceramah tersebut.
- 2) Metode tanya jawab, Metode tanya jawab merupakan metode yang biasanya digunakan dengan melakukan tanya jawab untuk mengetahui seberapa jauh ingatan atau pikiran seseorang terhadap pesan yang disampaikan dan apakah sudah menguasai materi dakwah tersebut, disamping itu gunanya metode tanya jawab adalah untuk merangsang perhatian penerima dakwah. Metode tanya jawab ini sebagai suatu cara menyajikan dakwah yang selalu beriringan dengan metode-metode lainnya, dalam istilah lain metode ini membantu kekurangan-kekurangan pada metode yang lainnya.
- 3) Metode diskusi, Metode diskusi ini sering dimaksudkan sebagai metode bertukar pendapat, pikiran maupun gagasan diantara sekelompok orang secara lisan maupun tidak untuk membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan secara sistematis dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran. Dakwah dengan menggunakan metode ini dapat memberikan peluang kepada peserta untuk turut serta memberikan sumbangan pemikiran terhadap permasalahan yang dibahas. Melalui metode diskusi ustadz dapat mengembangkan pemikiran dan pengetahuan agama para peserta sehingga dapat memperluas pandangan tentang materi dakwah yang didiskusikan. Metode diskusi ini menjadikan peserta terlatih menggunakan pendapat secara baik dan benar dan mereka akan terlatih berpikir secara kreatif, logis dan objektif.
- 4) Metode propoganda, Metode propoganda merupakan suatu upaya untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk secara

massal, persuasif, dan bersifat otoritarif atau paksaan, usaha tersebut dalam rangka menggerakkan hati maupun emosi seseorang agar mereka mencintai, memeluk, membela maupun memperjuangkan agama Islam dalam masyarakat. Pelaksanaan dakwah dengan menggunakan metode propoganda dapat digunakan melalui beberapa media, baik audio, visual maupun audio visual. Cara pelaksanaan biasanya berupa pengajian Akbar, seni hiburan, pamflet, dll.

- 5) Metode keteladanan, Dakwah dengan menggunakan metode keteladanan atau juga bisa disebut dengan demonstrasi yang mana dakwah ini menggunakan cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan sehingga seseorang dapat tertarik untuk mengikuti dengan apa yang sudah dicontohkan. Dari segi dakwah metode keteladanan dapat memberikan kesan yang baik karena panca indra, perasaan dan pikiran dapat dipekerjakan sekaligus. Metode ini dapat dipergunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan Akhlak, cara bergaul, cara beribadah ataupun yang berhubungan dengan aspek kehidupan manusia.
- 6) Metode drama, Dakwah menggunakan metode drama merupakan suatu cara untuk menjajikan materi dakwah dengan mempertunjukan dan mempertontonkan kepada masyarakat agar dakwah dapat tersampaikan sesuai dengan target yang diinginkan. Metode drama ini disuguhkan dalam bentuk drama yang dimainkan oleh beberapa seniman atau juga bisa disebut dengan da'i. Kegiatan ini dipentaskan untuk mengilustrasikan kehidupan sosial sesuai dengan tuntunan agama Islam dalam suatu lakon atau pertunjukan yang bersifat menghibur. Metode dakwah dengan menggunakan drama ini banyak dilakukan melalui media film, televisi, teater, dll.
- 7) Metode silaturahmi, Dakwah yang menggunakan metode silaturahmi yaitu dakwah yang dilakukan dengan melakukan kunjungan kepada seseorang ataupun kelompok dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada orang dikunjungi. Dakwah dengan metode ini biasanya digunakan saat silaturahmi, menengok orang sakit, *ta'ziah*, dll. Cara seperti ini biasanya cukup besar manfaatnya karena berinteraksi



langsung tanpa ada perantara serta mempunyai banyak kegunaan seperti mempererat persahabatan, semakin mendekatkan dengan yang jauh dan masih banyak kegunaan yang lainnya.

Seseorang ustadz maupun komunitas Islam memang harus mempunyai metode dan sarana dakwah yang efektif, sehingga pesan atau penyampaian dakwahnya bisa tersampaikan secara baik dan bijak termasuk juga memahami elemen-elemen yang ada di dalam dakwah seperti: materi dakwah, akhlak seorang ustadz, penerima dakwah dan sarana dakwah.

## **2.5 Instragram sebagai Media Dakwah**

Hadirnya sosial media sangat menguntungkan bagi mereka yang memanfaatkan dengan baik dan benar. Selain memberikan hiburan sosial media juga memberikan informasi yang mendidik bagi penggunanya. Penyebaran ilmu pengetahuan tentang agama dengan menggunakan sosial media sangat dibutuhkan mengingat banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakannya dan media sosial menjadi wadah baru untuk perkembangan media dakwah di zaman sekarang, ada beberapa hal yang menyebabkan dakwah lewat media sosial banyak dimanfaatkan oleh para ustadz dan beberapa komunitas Islam karena masih banyaknya masyarakat yang belum memahami seutuhnya tentang pengetahuan agama, sehingga hal ini menjadi salah satu alasan berkembangnya media dakwah di media sosial dengan tujuannya adalah mengajak masyarakat untuk lebih banyak meningkatkan pengetahuan, apalagi dengan banyaknya pengguna internet maka bisa dengan mudah mengakses kapan dan dimana saja.

Akun-akun yang memberikan postingan berupa foto ataupun video yang memberikan informasi mengenai pengetahuan agama, konten-konten Islami yang selalu memberikan nasehat atau sekedar peringatan untuk tidak melakukan hal-hal yang tidak baik. Akun dakwah biasanya mempunyai segmentasi yang berbeda-beda sesuai dengan *target audiens* nya masing-masing, maka dari itu dari segi karakter ataupun penyajiannya berbeda satu sama lain. Akun Instagram @malangmengaji contohnya, akun ini mempunyai segmen lebih untuk mengingatkan yang berkaitan dengan

akhlak atau kehidupan sehari-hari. Dengan berbagai macam metode-metode dakwah yang dilakukan dalam mempublikasi postingannya ini bertujuan agar mengena langsung oleh penggunanya. Jadi, dakwah menggunakan media sosial merupakan inovasi terbaru dalam syiar Islam, sehingga hal-hal yang masuk di internet tidak hanya berdampak positif namun juga dimanfaatkan sebagai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan khususnya dalam hal agama.

## **2.6 Terpaan Efek Media**

Terpaan media adalah dimana proses penerimaan stimulus melalui alat indra yang dimiliki oleh diri kita seperti, pengelihatian, pendengaran dan juga perasaan. Sedangkan Jalaluddin Rahmat menjelaskan bahwa terpaan media adalah banyaknya informasi yang didapatkan dari media sosial, yang mana meliputi durasi, atensi maupun frekuensi di setiap jenis media yang digunakan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terpaan media adalah suatu keadaan dimana pengguna tersebut menjadi sasaran konten yang telah disebarkan melalui media massa dan indikator dari terpaan media digolongkan menjadi tiga aspek, yaitu: Pertama Kualitas atau Durasi dalam penggunaan media atau dalam istilah lain adalah seberapa lama penggunaan media tersebut akan berpengaruh dengan terpaan pada media, Kedua tingkat keseringan atau Frekuensi menggunakan dan mengakses media tersebut, dan terakhir Intensitas menggunakan media. Terpaan Dakwah Islam dapat mempengaruhi perubahan perilaku keagamaan dari seseorang, yang mana ketarkaitan ini dapat dilihat dari teori S-R. teori S-R yang merupakan singkatan dari *Stimulus-Respons* ini tidak heran kalau kemudian menjadi salah satu teori komunikasi, karena objek material dari komunikasi dan psikologi kurang lebih sama yaitu jiwa manusia meliputi komponen sebagai berikut: perilaku, afeksi, kognisi, sikap, kognisi dan juga opini.

## **2.7 Teori S-R (*Stimulus-Respons*)**

Menurut Prof Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi menjelaskan bahwa teori S-R ialah *Stimulus-Respons* yang berawal dari Psikologi, teori ini pertama kali diperkenalkan oleh

Hovland di tahun 1953. Objek material dari Ilmu Komunikasi dan psikologi adalah sama, yang mana didalam jiwa manusia meliputi komponen-komponen seperti: opini, perilaku, sikap, konasi dan afeksi. Perubahan sikap dalam diri tergantung kepada proses yang terjadi dalam diri seseorang, pesan yang disampaikan pada komunikan bisa saja diterima namun bisa juga tidak.

Menurut teori S-R proses perubahan sikap serupa dengan proses belajar, mengapa dikatakan sama karena proses dalam teori ini hampir sama dengan yang dilakukan ketika belajar, hal ini bisa dijabarkan sebagai berikut: pesan (*stimulus*) yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan dapat diterima maupun juga ditolak, jika komunikan menolak (*stimulus*) yang diberikan maka pesan tersebut berarti kurang efektif untuk digunakan sehingga dalam mempengaruhi komunikan tidak mendapatkan respon yang baik. Namun, apabila (*stimulus*) diterima, ini menjelaskan adanya perhatian dari komunikan dan komunikan mengerti pesan yang disampaikan. Setelah itu komunikan akan mengolah pesan yang diterima, sehingga terjadi tindakan (*respons*) ditambah dengan dorongan dari berbagai aspek seperti lingkungan atau pertemanan, maka akhirnya akan ada sikap yang diambil oleh komunikan yang berlanjut menjadi sebuah tindakan atau juga perubahan perilaku (*resons*). Keberhasilan dari teori S-R dalam sebuah teori komunikasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, beberapa faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan dari teori S-R adalah sebagai berikut:

1. Komunikator
2. Media

Sebagai sebuah teori komunikasi, terdapat beberapa kekuarangan dan juga kelebihan dalam penerapannya termasuk dalam teori S-R mempunyai beberapa kekurangan dan kelebihan dalam mengaplikasikan komunikasi yang efektif, diantaranya:

#### Kelebihan Teori S-R:

- Cukup efektif untuk mempersuasi komunikan, atau sekelompok orang karena teori S-R ini menerapkan kajian mendalam

menegenai komunikan agar proses persuasi bisa dilakukan dengan mudah.

- Teori S-R bisa digunakan untuk memprediksi respon yang timbul, namun berdasarkan *stimulus* dan karakteristik komunikan yang dimiliki.
- Keberhasilan dari teori S-R ini cukup tinggi, terutama jika dilakukan kepada personal atau antarpribadi yang mana akan ada komunikasi yang lebih intens dari pada komunikasi secara kelompok.

#### Kekurangan Teori S-R:

- Keberhasilan teori S-R sangat bergantung dengan proses yang terjadi didalamnya yaitu antara komunikator dan juga komunikan, apabila komunikan tidak memahami dan mengerti apa yang disampaikan oleh komunikator maka akibatnya tidak akan terjadi pemahaman sehingga teori S-R ini dikatakan tidak berhasil.
- Teori S-R juga tidak menjamin bahwa *stimulus* yang diberikan akan mempersuasi seseorang atau sekelompok orang untuk merubah perilakunya, sebab pesan yang disampaikan komunikator bisa saja ditolak oleh komunikan.

Komunikasi terjadi ketika ada perhatian dari komunikan dan pada akhirnya komunikan mengolah dan menerima pesan tersebut, dalam arti lain komunikan akan terbentuk sikap atau ada tanggapan terhadap sesuatu yang sudah disampaikan. Teori dasar S-R pada dasarnya menjelaskan bahwa media sosial menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung tersampaikan kepada komunikan. Pola S-R ini dapat berlangsung secara positif dan juga negatif, contohnya ketika seseorang menyapa lalu tersenyum dengan spontan biasanya akan dibalas juga dengan respon senyuman dan sapaan juga, hal ini dikatakan reaksi positif karena mendapatkan tanggapan yang baik. Namun, ketika bertemu seseorang dan langsung berpaling muka tanpa mengucapkan sata kata apapun maka respon ini dikatakan reaksi negatif karena tidak mendapatkan tanggapan yang baik.

Dari model ini juga yang kemudian dapat mempengaruhi teori klasik Komunikasi yaitu *Hypedermic Needle* atau juga disebut dengan Teori Jarum Suntik. Penjelasan dari teori Jarum Suntik ini tidak jauh beda dengan model dari teori S-R yang mana menjelaskan bahwa media mempunyai efek yang kuat kepada seseorang atau komunikan. Teori Peluru atau Jarum Hipodermik juga menjelaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan yang sangat luar biasa dalam mempengaruhi seseorang, dan komunikan dianggap pasif atau tidak tahu apa-apa sehingga mudah untuk dipengaruhi dengan konten-konten yang baru, dalam artian konten dakwah Instagram @malang.mengaji bisa saja dengan mudah mempengaruhi semua *followers* nya ketika konten tersebut diposting dengan bahasa dan kata-kata yang menarik sehingga bisa dipahami dan terpengaruh oleh pembacanya.

Diibaratkan bahwa Teori Jarum Suntik merupakan sebagai stimulus atau pesan (S) dan komunikan serta mendapatkan reaksi atau tanggapan (R), maka unsur di dalam model teori ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pesan (*Stimulus*)
2. Reaksi atau tanggapan (*Respons*)

Dalam Keterkaitan model teori S-R dalam penelitian ini ialah, konten dakwah di Instagram @malang.mengaji dapat berpengaruh pada perilaku keagamaan dari *followers* nya. Keterkaitan ini dapat dilihat menggunakan teori S-R yang mana setiap stimulus akan menghasilkan *response* atau tanggapan secara spontan dan otomatis bagaikan gerak refleks. Konten dakwah di media sosial Instagram @malang.mengaji merupakan stimulus (S) atau pesan yang disampaikan melalui konten foto maupun video terhadap *followers* @malang.mengaji, dan pada akhirnya akan merubah sikap dan tanggapan (R) sehingga dapat merubah perilaku dan juga Akhlak dari *followers* akun dakwah instagram @malang.mengaji.

## 2.8 Definisi Konseptual

Definisi konseptual bertujuan untuk memudahkan peneliti memfokuskan penelitian dengan batasan-batasan yang sudah dibuat, agar nantinya dapat

diteliti dan digali datanya secara benar. Berikut ini adalah definisi konseptual yang akan diteliti sesuai dengan ukuran teori maupun konsep yang dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Terpaan, banyaknya informasi yang didapatkan dengan cara melihat, membaca dan juga mendengarkan melalui media sosial secara berkelanjutan sesuai dengan jumlah waktu yang dipakai dalam mengakses akun dakwah yang ada di Instagram melalui isi postingan, dan pengaruhnya terhadap pengguna yang mengakses konten tersebut. Ada beberapa indikator dalam terpaan pesan dakwah yaitu terdiri dari: frekuensi, durasi dan intensitas.
- 2) Konten Dakwah di Instagram, Konten Dakwah ialah pesan yang diposting melalui aplikasi Instagram yang berupa foto ataupun video yang mana konten dakwah di Instagram juga bisa menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun non-verbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media.
- 3) Instagram, Instagram merupakan salah satu media sosial yang berguna untuk memposting foto maupun video guna memberikan informasi yang bersifat pribadi maupun umum, dalam Instagram sendiri masih banyak fitur pendukung seperti instastory, Instagram tv dll. Belakangan ini Instagram dijadikan inovasi baru dan dimanfaatkan oleh para ustadz dan komunitas Islam untuk mesy'i'arkan agama Islam dan sebagai penyampaian ilmu pengetahuan agama. Salah satu akun instagram dakwah yang sering menjadi referensi khususnya warga Kota Malang yaitu akun @malang.mengaji, akun tersebut selalu memberikan pengetahuan tentang ajaran Islam dan menambahkan potongan-potongan ayat Al-Quran dan hadist dalam setiap postingannya untuk memotivasi semua yang melihat akun tersebut.
- 4) Penerapan Akhlak, Akhlak adalah suatu keadaan atau jiwa seseorang yang darinya melakukan perbuatan-perbuatan secara spontan maupun tidak, dipikirkan atau tidak, bahkan terkadang tanpa melalui

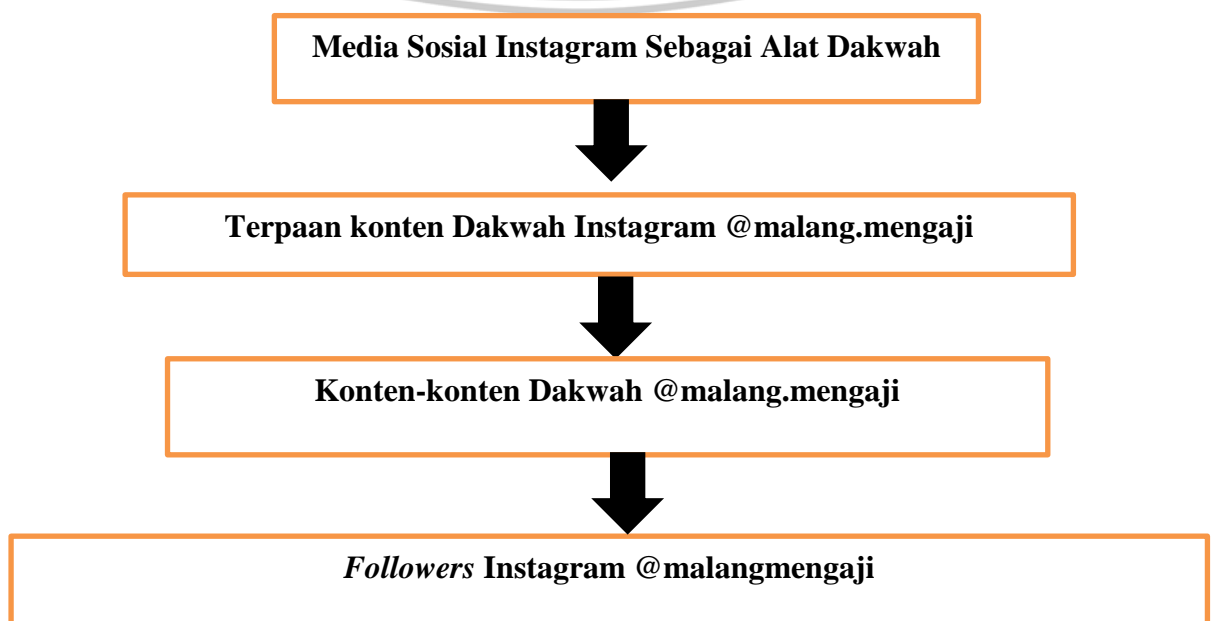


pertimbangan namun sesuai dengan kehendak dan ajaran Allah SWT. Dengan berbagai macam pemahaman mengenai konsep Akhlak, pada penelitian ini peneliti fokus terhadap pemahaman Akhlak kepada sesama manusia yang mana Akhlak kepada sesama yaitu hubungan antara manusia dengan satu sama lain saling berhubungan, maka dari itu antara sesama umat wajib saling menghormati dan sopan santun terhadap yang lebih tua serta menjaga tali silaturahmi antar umat beragama.

## 2.9 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Peneliti mengetahui bahwa kerangka berfikir sangat diperlukan dalam membentuk model konseptual yang akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya dalam penelitian ini. Dalam Keterkaitan model teori S-O-R dalam penelitian ini adalah (*Stimulus*) merupakan pesan atau konten dakwah yang diposting oleh akun Instagram @malang.mengaji, yang mana konten tersebut akan dibaca dan dilihat oleh *followers* (*organism*) dan ketika semakin banyak membaca konten tersebut akan ada reaksi atau tanggapan (*Respons*) yang akan berpengaruh dalam perilaku Akhlak di keseharian *followers* instagram @malang.mengaji. Berdasarkan beberapa teori yang telah dipaparkan di atas, maka model kerangka berfikir pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

### Kerangka Pikir Penelitian





## Penerapan Akhlak

### 2.10 Model Hipotesis Penelitian

Dari model konsep di atas kemudian dijabarkan ke dalam variabel penelitian berdasarkan pada teori-teori yang mendukung. Sehingga dari konsep yang disusun dapat diamati dan kemudian diukur. Agar terlihat lebih operasional, maka variabel juga perlu dijabarkan ke dalam indikator-indikatornya. Berikut adalah model hipotesis pada penelitian ini yang digambarkan sebagai berikut :

#### Model Hipotesis

Terpaan Konten Dakwah  
Instagram @malang.mengaji (X)



Penerapan Akhlak (Y)

Dari gambar tersebut dapat terbentuk sebuah hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan sesuai dengan jawaban pada teori yang relevan dan didasari pada fakta-fakta empiris dari pengumpulan data. Terdapat dua situasi yang akan menjadi jawaban pada penelitian ini, situasi tersebut adalah:

- 1)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara terpaan konten dakwah di *Instagram @malang.mengaji* terhadap penerapan Akhlak.
- 2)  $H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan konten dakwah di *Instagram @malang.mengaji* terhadap penerapan Akhlak.

### 2.11 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah batasan yang menjelaskan tentang ciri-ciri yang spesifik dan terperinci dari suatu konsep. Tujuannya adalah agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel

sehingga informasi tentang hal tersebut dapat ditarik kesimpulannya. Setelah variabel diidentifikasi, variabel dapat didefinisikan secara operasional.

1) Terpaan Konten Dakwah di Instagram (Variabel X)

Terpaan konten dakwah di Instagram adalah seberapa banyak informasi yang diperoleh dari media dengan cara melihat, membaca dan mendengarkan berdasarkan seberapa lama waktu yang digunakan dalam menggunakan media tersebut serta isi pesan-pesan dakwah yang memberikan informasi ataupun pengetahuan yang bersifat edukasi, mengajak, memperingatkan bahkan menasehati selain itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana responden melihat, mencari maupun menyimpan dakwah tersebut sehingga yang awalnya tidak begitu memahami tentang konsep akhlak menjadi paham dan melakukannya. Adapun beberapa indikator yang dapat dilihat dalam terpaan konten dakwah yaitu: frekuensi subjek melihat, mencari, maupun menyimpan yang berupa gambar, video ataupun tulisan dan juga intensitas melihat, mengunduh maupun menyimpan konten dakwah tersebut.

2) Penerapan Akhlak (Variabel Y)

Penerapan Akhlak dalam hal ini adalah seberapa sering perilaku yang diterapkan oleh subjek dalam kehidupan sehari-hari sehingga tidak ada lagi paksaan atau dorongan dari manapun untuk berakhlak yang baik terhadap sesama manusia, indikator ini diukur menggunakan pertanyaan kuesioner tentang intensitas atau frekuensi (sangat sering, sering, cukup sering, jarang, dan tidak pernah). Perubahan Akhlak ini berupa perubahan tingkah laku seseorang, yang mana awalnya tidak mengetahui menjadi mengetahui, Perubahan Akhlak bisa dikatakan berubah ketika perilaku itu sudah dilakukan berulang-ulang, dan perilaku tersebut muncul dengan sangat mudah tanpa memikirkannya terlebih dahulu apakah itu baik atau tidak, dalam istilah lain perbuatan tersebut dilakukan tanpa ada paksaan atau ada motif lain dibalik semua perilaku tersebut.

Dalam penerapan Akhlak di penelitian ini peneliti ingin mengetahui adanya perubahan dan pembentukan citra terhadap konten dakwah di

Instagarm @malang.mengaji yang awalnya tidak megetahui akan menjadi mengetahui sehingga akan ada perubahan dan pembentukan sikap setelah adanya pengetahuan baru yang didapatkan dari konten dakwah Instagram @malang.mengaji, ketika ada perubahan sikap maka perubahan ini menimbulkan perubahan perilaku sosial yang menjadi lebih baik dalam kehidupan sehari-hari.



Tabel 1. Indikator Pertanyaan Kuesioner

Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Butir Pertanyaan
Terpaan Kontan Dakwah Instagram @malang.mengaji	Terpaan pesan dakwah adalah seberapa banyak informasi yang diperoleh dari media dengan cara melihat, membaca dan mendengarkan berdasarkan seberapa lama waktu yang digunakan dalam penggunaan media tersebut serta memberikan informasi dan edukasi, dan mengajak melalui konten dakwah sehingga peneliti mengetahui bagaimana subyek melihat, mencari maupun menyimpan konten dakwah Instagram @malang.mengaji melalui indikator terpaan seperti: frekuensi, durasi dll.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Frekuensi, yaitu ukuran atau jumlah seberapa sering dan melihat konten yang di posting oleh akun dakwah di instagram @malang.mengaji.</li> <li>- Durasi, yaitu seberapa lama membuka juga memahami konten-konten yang di posting setiap harinya.</li> <li>- Intensitas, tingkat keseringan mencari informasi serta menyarkan orang lain untuk membuka konten dakwah Instagram @malang.mengaji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sering melihat dan membuka postingan.</li> <li>- Menyimpan dan membagikan postingan.</li> <li>- Memberikan like dan komentar.</li> <li>- Membuka lebih dari 1 jam dan memahami isi lebih dari 30 menit.</li> <li>- Mencari informasi terkait konten dakwah</li> <li>- Teringat kembali dengan konten dakwah</li> <li>- Memahami dan tertarik terkait konten dakwah</li> </ul>
Konten Dakwah Instagram @malang.mengaji	Konten Dakwah ialah pesan yang diposting melalui aplikasi Instagram yang berupa foto ataupun video yang mana konten dakwah di Instagram bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akhlak terhadap diri sendiri, yaitu Akhlak yang ada didalam diri sendiri dengan cara bersyukur dan bersabar.</li> <li>- Akhlak terhadap keluarga, yaitu Akhlak yang berkaitan dengan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selalu bersyukur, mematuhi dan menghormati orang yang lebih tua</li> <li>- Menolong orang lain dan menjaga tali silaturahmi dengan baik.</li> <li>- Menjalankan amanah dan menjauhi larangan agama</li> </ul>

	islam, baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media.	keluarga atau hubungan antar keluarga.  - Akhlak terhadap masyarakat, yaitu Akhlak yang berhubungan dengan masyarakat.	- Berteman dengan siapapun tanpa memandang status sosial.  - Menyambut dengan baik ketika kerabat atau tetangga bertamu kerumah.
Penerapan Akhlak	Penerapan Akhlak ini berupa perubahan tingkah laku seseorang, yang mana awalnya tidak mengetahui menjadi mengetahui, Perubahan Akhlak bisa dikatakan berubah ketika perilaku itu sudah dilakukan berulang-ulang, dan perbuatan tersebut dilakukan tanpa ada paksaan atau ada motif lain dibalik semua itu namun sesuai dengan kehendak dan ajaran Allah SWT	- Perbuatan yang di perintahkan oleh ajaran Allah dan Rasulullah SAW yang termuat dalam al-qur'an dan as-sunnah - Perbuatan yang mendatangkan kemaslahatan dunia dan akhirat. - Perbuatan yang meningkatkan martabat kehidupan manusia di mata Allah dan sesama manusia	- Tidak sombong kepada siapapun dengan apa yang sudah dimiliki. - Rendah hati kepada semua orang dan selalu ringan tangan. - Selalu menebarkan senyuman atau murah senyum dan juga berbuat baik kepada sesama. - Mengaplikasikan dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. - Menyarankan orang lain untuk membuka akun dakwah. - Menjauhi larangan Agama dengan menghindari perbuatan-perbuatan maksiat.